



Virtualização de Ideias e Modelos de Negócios

Definição de Briefing

Toda pesquisa, estudo e análise de um projeto dentro da indústria criativa são documentados por meio de um relatório ou documento, preenchido em reuniões entre o cliente e o fornecedor do serviço para estabelecer informações, demandas, prazos, necessidades, especificações e valores de um projeto. Esse projeto pode abranger desde uma campanha publicitária até produtos para redes sociais, produções audiovisuais e projetos de games, abrangendo uma variedade enorme de produtos que podem ser desenvolvidos em parceria com os futuros clientes. Esse relatório ou documento que é relatado durante reuniões entre o cliente e o fornecedor é chamado de briefing. O briefing pode ser considerado um relatório com informações e relatos das demandas que o projeto e debate precisam para serem criados e desenvolvidos. Dessa forma, podemos entender que o briefing é simplesmente o conjunto de informações e instruções do futuro projeto em discussão entre o cliente e o fornecedor.

Etapas de entendimento do uso do briefing

Podemos identificar três aspectos de uma boa organização do briefing. O primeiro aspecto é a coordenação do projeto, estabelecendo sua organização e direcionamento. O segundo aspecto é o acompanhamento do andamento do projeto junto ao cliente e ao fornecedor, que integra a veracidade na relação de trabalho entre as duas partes. Por último, temos o

posicionamento do projeto, que se concentra nas ações, necessidades e especificações do projeto.



• **Coordenação** – organização e direcionamento do projeto;

• **Credenciamento** – veracidade e comprometimento da relação de trabalho;

• **Posicionamento** – foco na produção do projeto.

Elaboração do briefing

A elaboração de um briefing passa por análise, pesquisa e estudo de algumas informações gerais da empresa contratante do serviço a ser desenvolvido, bem como critérios de produção (criação e desenvolvimento) e, por último, as diretrizes de trabalho para o projeto. Para auxiliar na compreensão dessa elaboração do briefing, são indicados abaixo os principais tópicos para a elaboração desse documento, que podem se estender dependendo da demanda do projeto. Os tópicos para a elaboração do briefing são: histórico da empresa, descrição dos produtos, conhecimento sobre o público-alvo da empresa e do produto, análise de mercado e concorrência, objetivos do projeto, prazo, orçamento e cronograma de trabalho.

• **Histórico cliente** – avaliação do cliente contratante;

• **Descrição do produto** – estudo e avaliação do produto;

• **Pesquisa de Público Alvo** – pesquisa aprofunda de consumo;

• **Análise de Concorrente e Mercado** – entendimento de concorrentes e mercado de atuação da empresa;

• **Objetivo do projeto** – diretrizes e demandas para o projeto(trabalho contratado);

• **Prazo** – datas de desenvolvimento, aprovação e finalização do projeto;

• **Orçamento** – valores e pagamentos pelo andamento, desenvolvimento e fechamento do projeto;

• **Cronograma de trabalho** – validação e aprovação das etapas do projeto.

Pesquisa de Similares, Jogador, Concorrentes e Mercado

A avaliação de projetos de jogos de tabuleiros, digitais ou gamificados, é um processo de pesquisa e análise de possibilidades, idéias e soluções para futuros trabalhos. A avaliação de pesquisa de similares, jogadores, concorrentes e mercado é uma etapa inicial para contextualizar a busca por projetos similares que possam auxiliar na verificação de como o produto do jogo ou projeto gamificado foi desenvolvido, suas demandas, necessidades e especificações. A avaliação do jogador é fundamental para compreender sua forma de pensar, agir, engajar-se e jogar, ou seja, verificar se a proposta da futura ideia de projeto pode ser aceita pelo público-alvo para o qual o projeto foi destinado. Essa avaliação busca analisar a personalidade desse jogador e como o projeto pode ser direcionado, desde sua interface e jogabilidade até as dinâmicas de simulação do projeto. A pesquisa e análise de concorrentes e mercado são de extrema importância para estudar a aceitação de projetos, preço, divulgação, formas de jogar, entre outros fatores, que vão dimensionar o planejamento, desenvolvimento e prototipação do produto do jogo ou projeto gamificado. Dessa maneira, podemos indicar os seguintes direcionamentos para pesquisa e análise de

projetos similares, jogadores, concorrentes e mercado.



- **Similares** – similares são produtos que possuem um funcionamento, ou propostas próximas ao seu projeto, não sendo um concorrente, porque a avaliação realizar é uma forma de avaliar prós e contras desse produto junto ao consumidor e sua posição no mercado;

- **Jogador** – estudar a personalidade do seu público-alvo de forma direta, para verificar se o futuro projeto vai ser bem aceito pelo cliente e as formas de jogabilidade seduzem o jogador;

- **Concorrentes** – é uma verificação de ações, consumo e demandas que esses concorrentes diretos ou indiretos podem ajudar no desenvolvimento do projeto;

- **Mercado** – é uma verificação ou análise de consumo e posicionamento de marca e produto junto ao seu mercado de atuação.

Processo Criativo - brainstorming e ferramentas de criação

Podemos dizer que os processos criativos são uma etapa na busca de ideias, soluções e possibilidades criativas para a jogabilidade de projetos de jogos ou gamificados. Todo o processo criativo representa uma etapa no desenvolvimento de projetos da indústria criativa, porque a pesquisa inicial de similares, jogadores, concorrentes e mercado ajuda a entender o momento atual em que o projeto poderia ser inserido, destacando fatores que serão úteis desde o processo criativo até as etapas de teste do jogo ou projetos gamificados. As principais ferramentas usadas no mercado da indústria criativa são o brainstorming, o quadro criativo e o design thinking.

- **Brainstorming** – podemos entender que o brainstorming é uma técn de processo criativo, que ajuda a elaborar desde roteiro até os estudos de dinâmicas de jogabilidade;
- **Board criativo** – é uma técnica do processo criativo, que monta um quadro de referências para buscar idéias e soluções para projetos da indústria criativa;
- **Design thinking** – é uma metodologia de projeto de design, usado para o desenvolvimento de vários tipos de projetos dessa área.

A escolha e uso de ferramentas de processos criativos podem ser usados em qualquer período do projeto, porém cada profissional ou equipe escolhe suas ferramentas e técnicas são escolhas pessoais e focadas no estilo de projeto.

Aplicação de Gamificação e Modelo de Negócios

Os projetos que envolvem jogos e propostas gamificadas podem ser usados em várias áreas e negócios. Dessa maneira, podemos analisar a gamificação como uma ferramenta que cria estratégias de melhoria para área ou negócio que podem usar das técnicas de games para alavancar e crescer, impulsionando a participação de pessoas, consumo, entre outros fatores que colocam a gamificação como um recurso estratégico para as marcas, produtos e instituições.

Projeto Gamificação

A gamificação criada como projeto é um produto direcionado como um jogo de tabuleiro, digital ou experiência gamificadas que podem ser integrados em outros projetos que usam a gamificação como ações estreias de jogos, para criar competição, engajamento e consumo.



Conteúdo Bônus

Assista à reportagem do programa Mídia em Foco, de 19 de março de 2018, da TV Brasil, que aborda o mercado de games em nosso país, com as perspectivas e demandas profissionais que as áreas de jogos buscam de seus futuros profissionais.

Nome do vídeo: Mercado de games em pauta no Mídia em Foco

Canal: TV Brasil

Plataforma: Youtube

Referência Bibliográfica

BARBOSA, R. M. (Coord.). **Aprendo com jogos**. Autêntica: 2014.

FIALHO, N. N. **Jogos no ensino de química e biologia**. Intersaberes: 2013.

SCHOTTLER, B. **Jogos de movimento para a 3a idade**. Vozes: 2018.

Ir para exercício